



**PENGARUH KOMPONEN *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
YAMAHA**

**(Studi pada konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Jend. Sudirman 168  
Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

**MUHAMAD LUTFI LAUHUL MAFUD**

**NIM. 2008-11-024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2012**

**PENGARUH KOMPONEN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA**

**(Studi pada konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Jend. Sudirman 168 Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Kudus, September 2012

Mengetahui

Ketua ProgDi

Pembimbing I

Dian Wismar'ain, SE, MM  
NIS. 0610701000001176

Drs. H. Taufik, MS, MM  
NIP. 195004111980031001

Mengetahui

Dekan

Pembimbing II

Drs. Muhammad Masruri, MM  
NIS. 0610702010101002

Drs. Ag Sunarno H, SH, SPd, MM  
NIP. 195506261984031001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

- ❖ *"Barang siapa menginginkan soal-soal yang berhubungan dengan dunia, wajiblah ia memiliki ilmunya; dan barang siapa yang ingin (selamat dan berbahagia) di akhirat, maka wajiblah ia mengetahui ilmunya pula; dan barang siapa yang menginginkan keduanya, wajiblah ia memiliki keduanya pula". (HR. Bukhari dan Muslim).*
- ❖ *Man jadda wajjada (Barang siapa bersungguh-sungguh, pasti berhasil).*

### PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta
2. Para pembaca dan generasi kreatif Indonesia
3. Almamater UMK

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi program Strata (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Selama penyusunan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat Bapak Drs. M. Masruri, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
2. Yang terhormat Ibu Dian Wismar'ain, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Yang terhormat Bapak Drs. H. Taufik, MM. selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini.
4. Yang terhormat Bapak Drs. Ag. Sunarno H. SH, S.Pd, MM. selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini.
5. Yang terhormat Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

6. Bapak Heru Kuncara selaku Kepala Cabang di PT. Harpindo Jaya cabang Penthol Kudus yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian demi menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh konsumen PT. Harpindo Jaya, khususnya responden yang telah bersedia meluangkan waktu mengisi kuesioner untuk penelitian ini.
8. Kedua orang tuaku dan saudara-saudaraku tersayang yang telah memberikan do'a dan restu, serta dorongan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa, teman, LQ, dan juga sahabat-sahabatku yang tak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karenanya, penulis mengharapkan adanya kritik serta saran yang konstruktif untuk penyempurnaannya. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi dapat bermanfaat.

Kudus, 2012

Penulis,

Muhamad Lutfi Lauhul Mafud

NIM. 2008-11-024

**ABSTRAKSI**  
**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN**  
**STATUS TERAKREDITASI B**  
**STRATA 1: 2012**

- A. Nama Penyusun : MUHAMAD LUTFI LAUHUL MAFUD
- B. Judul Skripsi : PENGARUH KOMPONEN *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA  
MOTOR YAMAHA  
(Studi pada konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Jend.  
Sudirman 168 Kudus)
- C. Jumlah Halaman : Permulaan xiv, Isi 80, Tabel 15, Gambar 2
- D. Ringkasan :

Dalam persaingan bisnis, perusahaan dituntut untuk semakin kreatif dalam menjalankan kegiatan usahanya. Beberapa langkah strategis pun dilakukan oleh para pelaku industri yang ada mulai dari aktivitas promosi yang gencar, penekanan harga produk hingga penciptaan produk yang lebih inovatif, seperti yang dilakukan produsen sepeda motor Yamaha. Dalam setiap iklan sepeda motor Yamaha yang ditampilkan di berbagai media, terutama melalui media televisi, pihak produsen sering memakai *celebrity endorser* sebagai model iklan mereka. Karena Yamaha tidak sekedar memilih cara beriklan yang menampilkan *benefit* dari produk, tetapi juga berupaya menampilkan produknya dengan *emotional appeal* yang tinggi. Hal ini merupakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Yamaha untuk menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dan juga untuk terus meningkatkan penjualan.

Berdasarkan hal tersebut maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah ada pengaruh dari komponen *celebrity endorser* yang terdiri dari daya tarik, kepercayaan, dan keahlian secara parsial dan secara berganda terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha (studi pada konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Jend. Sudirman 168 Kudus).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh dari komponen *celebrity endorser* yang terdiri dari daya tarik, kepercayaan, dan



keahlian baik secara parsial dan secara berganda terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha (studi pada konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Jend. Sudirman 168 Kudus).

Variabel dalam penelitian ini adalah daya tarik, kepercayaan, keahlian yang merupakan variabel independen, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Jenis dan sumber datanya meliputi data primer dan data sekunder, sampelnya sebanyak 100 orang, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengolahan datanya melalui: *coding*, *editing*, *tabulating*, dan *scoring*. Uji instrumen dengan validitas dan reliabilitas. Analisis datanya dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif, dimana analisis datanya menggunakan analisis regresi berganda.

Dengan menggunakan alat analisis regresi dengan Uji t dan Uji F diperoleh hasil temuan penelitian sebagai berikut:

- a. Dari hasil uji t (parsial) diketahui bahwa komponen *celebrity endorser* yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini yakni variabel daya tarik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,210 < nilai  $t_{tabel}$  1,985 dan nilai  $p = 0,834 > 0,05$ . Sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,364 > nilai  $t_{tabel}$  1,985 dan nilai  $p = 0,000 < 0,05$ . Dan variabel keahlian tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,820 < nilai  $t_{tabel}$  1,985 dan nilai  $p = 0,072 > 0,05$ .
- b. Untuk hasil uji F (berganda) komponen *celebrity endorser* yang terdiri dari daya tarik, kepercayaan, dan keahlian berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha (studi pada konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Jend. Sudirman 168 Kudus). Hasil pengujian menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  mempunyai nilai sebesar 21,532 (signifikasi F 0,000), jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $21,532 > 2,70$ ) atau signifikasi F < 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

E. Daftar buku yang digunakan: 11 buku (2002 – 2011)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN .....	 1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	7
1.3. Perumusan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Kegunaan Penelitian .....	9
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	9
1.5.2. Manfaat Praktis .....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	 10
2.1. <i>Celebrity Endorser</i> .....	10
2.1.1. Definisi <i>Celebrity Endorser</i> .....	10
2.1.2. Peran Selebriti .....	11
2.1.3. Komponen <i>Celebrity Endorser</i> .....	13
2.1.3.1. Daya Tarik ( <i>Attractiveness</i> ) .....	13
2.1.3.2. Kepercayaan ( <i>Trustworthiness</i> ) .....	16
2.1.3.3. Keahlian ( <i>Expertise</i> ) .....	18
2.1.4. Evaluasi Penggunaan Selebriti dalam Iklan .....	20



2.2.	Keputusan Pembelian .....	22
2.2.1.	Peran Orang dalam Pembelian .....	23
2.2.2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ....	23
2.2.3.	Proses Keputusan Pembelian .....	25
2.2.3.1.	<i>Input</i> .....	25
2.2.3.2.	Proses .....	26
2.2.3.3.	<i>Output</i> .....	27
2.3.	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	28
2.4.	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	30
2.5.	Hipotesis .....	31
BAB III METODE PENELITIAN .....		33
3.1.	Rancangan Penelitian .....	33
3.2.	Variabel Penelitian .....	33
3.2.1.	Jenis Variabel .....	33
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel .....	34
3.3.	Jenis dan Sumber Data .....	35
3.3.1.	Data Primer .....	36
3.3.2.	Data Sekunder .....	36
3.4.	Populasi dan Sampel .....	36
3.4.1.	Populasi .....	36
3.4.2.	Sampel .....	37
3.5.	Pengumpulan Data .....	38
3.6.	Pengolahan Data .....	39
3.7.	Uji Instrumen .....	40
3.7.1.	Uji Validitas .....	40
3.7.2.	Uji Reliabilitas .....	41
3.8.	Analisis Data .....	42
3.8.1.	Analisis Deskriptif .....	42
3.8.2.	Analisis Kuantitatif .....	42
3.8.2.1.	Analisis Regresi .....	42

3.8.2.2. Uji Parsial (Uji t) .....	44
3.8.2.3. Uji Berganda (Uji F) .....	45
3.8.2.4. Analisis Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	46
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	47
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	47
4.2. Penyajian Data .....	50
4.2.1. Identitas Responden .....	50
4.2.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.2.1.2. Responden Berdasarkan Umur .....	51
4.2.1.3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	52
4.2.1.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
4.2.2. Deskriptif Variabel Penelitian .....	54
4.2.2.1. Daya Tarik ( <i>Attractiveness</i> ) .....	55
4.2.2.2. Kepercayaan ( <i>Trustworthiness</i> ) .....	56
4.2.2.3. Keahlian ( <i>Expertise</i> ) .....	58
4.2.2.4. Keputusan Pembelian .....	59
4.3. Analisis Data .....	60
4.3.1. Uji Validitas .....	60
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	62
4.3.3. Analisis Regresi .....	63
4.3.4. Uji Parsial (Uji t) .....	65
4.3.5. Uji Berganda (Uji F) .....	66
4.3.6. Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	67
4.4. Pembahasan .....	68
4.4.1. Pembahasan Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha secara Parsial ..	69
4.4.1.1. Daya Tarik ( <i>Attractiveness</i> ) .....	69
4.4.1.2. Kepercayaan ( <i>Trustworthiness</i> ) .....	70
4.4.1.3. Keahlian ( <i>Expertise</i> ) .....	71
4.4.2. Pembahasan Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap	

Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha secara Berganda	72
4.4.3. Kerangka Aplikasi .....	73
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	 75
5.1. Kesimpulan .....	75
5.2. Saran .....	76
 DAFTAR PUSTAKA .....	 78
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel : 4.1	
Tipe Dan Harga Tunai Sepeda Motor Yamaha	
Per Juni 2012 di PT. Harpindo Jaya Cabang Kudus .....	49
4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....	51
4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	52
4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
4.6 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> sebagai Bintang Iklan Sepeda Motor Yamaha .....	56
4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan <i>Celebrity Endorser</i> sebagai Bintang Iklan Sepeda Motor Yamaha .....	57
4.8 Tanggapan Responden Mengenai Keahlian <i>Celebrity Endorser</i> sebagai Bintang Iklan Sepeda Motor Yamaha .....	58
4.9 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha .....	59
4.10 Hasil Pengujian Validitas .....	60
4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	62
4.12 Hasil Analisis Regresi .....	63

4.13	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	65
4.14	Hasil Uji Berganda (Uji F) .....	66
4.15	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar :	2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	31
	4.1	Kerangka Aplikasi Pengaruh Komponen <i>Celebrity</i> <i>Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi pada konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Jend. Sudirman 168 Kudus) .....	74

